

**ANALISIS GAYA BAHASA PERSONIFIKASI PADA IKLAN**

**PRODUK KOSMETIK DI TELEVISI**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Persyaratan**

**Guna Mencapai Derajat**

**Sarjana S-1**

**Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia**



**Disusun oleh:**

**AZIZAH RAHMAWATI**

**A 310 090 123**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**ANALISIS GAYA BAHASA PERSONIFIKASI PADA IKLAN PRODUK KOSMETIK DI**  
**TELEVISI**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Azizah Rahmawati**

**A 310090123**

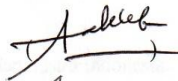
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 20 Nopember 2014

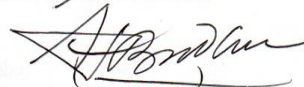
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Susunan Dewan Penguji

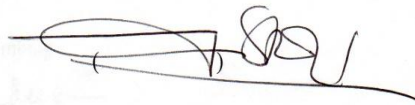
1. Drs. Yakub Nasucha, M. Hum



2. Drs. Agus Budi Wahyudi, M. Hum



3. Dra. Atiq Sabardilla, M. Hum

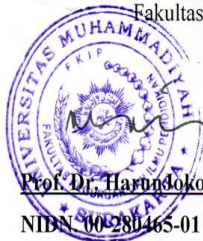


Surakarta, 12 Desember 2014

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan

Dekan,



**Prof. Dr. Harun Soko Prayitno, M. Hum**

NIDN. 00-280465-01

NIP. 19650428 1993021001

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS GAYA BAHASA PERSONIFIKASI PADA IKLAN PRODUK  
KOSMETIK DI TELEVISI**

Disusun oleh:

**AZIZAH RAHMAWATI**

**A 310 090 123**

Telah Disetujui untuk Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Mengetahui

Pembimbing



**Drs. Yakub Nasucha , M. Hum**

Tanggal: 8 September 2014

#### PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 8 September 2014



Azizah Rahmawati

A 3 100 90 123

## **MOTTO**

“Segala sesuatu apabila kita laksanakan dengan bersungguh-sungguh maka kita akan mendapatkan hasil yang kita inginkan dan jangan mudah menyerah”

(penulis)

“Bahaya besar adalah bukan karena tujuan kita terlalu tinggi dan kita tidak mampu

meraihnya tapi karena impian kita terlalu sederhana dan mudah mencapainya”

(Michel Angelo)

## **PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini kupersembahkan kepada :

1. Ibu dan Bapak tercinta sebagai wujud tanda baktiku kepada beliau yang selalu sabar mendidik dari kecil hingga sekarang.
2. Adikku, Oekta dan Achmad yang selalu memberikan dukungan setiap langkahku.
3. Sahabatku, Ami, Diah dan Yayah yang memberikan semangat kepadaku dan menemaniku saat senang dan susah.
4. Orang yang spesial dihatiku pilihan Allah kelak.
5. Teman-teman konsultan nutrisi, pak Tanto & bu Lita, Rani, Uswa, Nurul, Marfila, Atikah, Fita yang selalu menasihati dan menyemangati. Mari kita selalu berjuang untuk sukses bersama.
6. Teman-teman PBSI terutama kelas C angkatan 2009, yang selalu menemaniku.
7. Almamaterku.

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum wr. wb.*

Puji syukur ke hadirat Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat-Nya. Salawat serta salam penulis kepada Nabi Muhammad saw. Penyusunan skripsi yang berjudul "*Analisis Gaya Bahasa Personifikasi pada Iklan Produk Kosmetik di Televisi*" dapat diselesaikan secara lancar.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana S1 Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan tugas ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi.

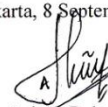
1. Prof. Dr. H. Bambang Setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Drs. Zainal Arifin, M. Hum, selaku Ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Drs. Yakub Nasucha, M. Hum, selaku pembimbing akademik telah memberikan bimbingan dan arahan.
5. Drs. Yakub Nasucha, M. Hum, selaku pembimbing yang telah memberikan semangat, nasehat, bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi dari awal sampai akhir.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang dengan ikhlas memberikan ilmu pada kami.
7. Bapak dan Ibu tercinta, yang senantiasa menyayangi dan selalu mendoakanku dalam keadaan apa pun.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

*Wassalamualaikum wr. wb.*

Surakarta, 8 September 2014



Azizah Rahmawati

A 3 100 90 123



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	6
A. Kajian Penelitian Relevan .....	6
B. Kajian Teori .....	10
1. Pengertian Gaya Bahasa .....	10
2. Jenis-jenis Gaya Bahasa .....	10

3. Pengertian Iklan.....	19
4. Pengertian Personifikasi .....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis dan Strategi Penelitian.....	23
B. Objek Penelitian .....	23
C. Teknik Pengumpulan Data.....	23
D. Sumber Data dan Data Penelitian .....	24
E. Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	26
A. Deskripsi Gaya Bahasa Personifikasi .....	26
B. Deskripsi Data.....	26
C. Pembahasan .....	28
1. Wujud Gaya Bahasa Personifikasi yang Terdapat dalam Wacana Iklan Kosmetik di Televisi .....	29
2. Makna Gaya Bahasa Personifikasi pada Wacana Iklan Kosmetik di Televisi.....	38
D. Pembahasan Hasil Temuan Penelitian .....	53
BAB V PENUTUP.....	59
A. Simpulan .....	59
B. Implikasi.....	59
C. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	

## **DAFTAR TABEL**

1. Table 1 Wujud Gaya Bahasa Personifikasi ..... 44
2. Table 2 Makna Gaya Bahasa Personifikasi ..... 48

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. CITRA
2. EMERON
3. NIVEA
4. POND'S
5. GARNIER
6. WARDAH
7. DOVE
8. TRESEMME
9. SHINZU'I
10. BIORE
11. LIFEBOUY
12. LIFEBOUY
13. REJOICE
14. VIVA
15. VIVA
16. HEAD&SHOULDERS
17. POND'S BB
18. GARNIER BB
19. VIVA
20. BIORE MEN
21. VIVA LIPSTIK
22. ZINC

# **ANALISIS GAYA BAHASA PERSONIFIKASI PADA IKLAN PRODUK KOSMETIK DI TELEVISI**

**Azizah Rahmawati, A 310 090 123, Program Studi Pendidikan  
Bahasa dan Sastra Indonesia , Fakultas Keguruan dan Ilmu  
Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wujud gaya bahasa personifikasi pada iklan produk kosmetik di televisi serta mendeskripsikan makna gaya bahasa personifikasi pada iklan produk kosmetik di televisi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode simak dan dilanjutkan dengan teknik catat. Analisis data penelitian ini menggunakan metode agih dan menggunakan teknik dasar langsung atau BUL.

Penelitian ini menghasilkan 22 gaya bahasa personifikasi, yakni pada kata: *membuat, menjaga, mencerahkan, memberikan, membantu, menghasilkan, mengatasi, memperkuat, mempertahankan, mengangkat, mencegah, melindungi, menghaluskan, mengembalikan, membersihkan, menghindari, menyamarkan, meratakan, merawat, menyapu, menghias, mengunci.*

Kata Kunci: *Iklan, Kosmetik, Televisi, Personifikasi.*